

*Transdisciplinair Ontwerpend  
Onderzoek*

# *Autistisch Verkennen*

Plan Mediamatic 2021 — 2024

## *Inleiding*

Het is de missie van Mediamatic om kunstprojecten te ontwikkelen en te presenteren die ontstaan door ontwerpend onderzoek naar maatschappelijk urgente thema's. We werken op het snijvlak tussen kunst en wetenschap en gebruiken deze crossover om bestaande structuren te doorbreken en plaats te maken voor vooruitstrevende ideeën. Hierin is speciale aandacht voor design en ecologie. We huisvesten verschillende laboratoria waar we onder andere kunnen ontwerpen met levende organismen, intieme zintuigen, metabolisme en de dood. We ontwikkelen nieuwe kunstvormen en nieuwe talenten en functioneren als laboratorium voor andere instellingen. We zijn gevestigd aan de laatste rafelrand van centrum Amsterdam en fungeren als internationale broedplaats. We zien onze rol in de culturele keten als verkenner en vernieuwers van de kunsten.

De belangstelling voor wetenschappelijke en technologische ontwikkeling is kenmerkend voor ons programma sinds onze oprichting in 1983. Dat vinden wij nog steeds fascinerend en inspirerend. Het wordt echter pijnlijk duidelijk dat we met alleen technologische vooruitgang de wereld niet gaan redden.

De huidige maatschappij vraagt veel van de mens en de aarde en dat heeft desastreuze consequenties. We leven dicht op elkaar in een samenleving die grootschalig verder gaat met overconsumeren, waar overspannenheid arbeidsziekte nummer één blijft en Mediamatic Amsterdam | *Transdisciplinair Ontwerpend Onderzoek: Autistisch*

de wereldwijde uitstoot alleen maar stijgt. Kunnen we de huidige crises gebruiken als ruimte voor nieuwe vormen? Hoe moeten we inspireren tot verandering? En hoe kunnen we stoppen met onszelf en de wereld te overbelasten? Dat zijn de ontwerpuitdagingen die Mediamatic de komende jaren aangaat.

We willen de moeilijke gesprekken blijven aangaan en niet wegdrukken. Daarvoor laten we ons mede inspireren door onze collega's op het autistisch spectrum.

Waarom autisme? Autisme is een geestesgesteldheid, gekenmerkt door een extreme gevoeligheid voor verschillende prikkels: er is minder pragmatische filtering van sensorische en mentale input dan bij neurotypische mensen. Bovendien is er vaak een koppige neiging om sterk te focussen op specifieke interessegebieden. Wat veelal gezien wordt als sociale onhandigheid, blijkt, zeker in een ontwerpende rol, juist een kracht: door het onvermogen mee te doen aan het collectieve oogkleppen opzetten en een verminderd gevoel voor sociale wenselijkheid, gaan zij compromisloos om met hun opdrachten en uitdagingen. Wij geloven dat we daar veel van kunnen leren. Daarom vormt deze manier van denken de komende periode onze leidraad. Daarnaast zullen we ook het artistiek potentieel van neurodiversiteit uitgebreid onderzoeken door autistische makers zelf te betrekken en ontwerp vragen vanuit hen te benaderen.

Onze visie is om hardnekkig autistisch te blijven verkennen.

Juist door onze zintuigen niet te sluiten voor input en de problematiek bewust aan te gaan, scheppen we de ruimte om er spel, plezier, humor, verleiding, geluk en mogelijkheden in te vinden. Binnen de grenzen van het lichaam en de aarde.

Er is immers geen planet B.

## *Mediamatic Methodiek:*

We zoeken altijd maatschappelijke uitdagingen en veranderingen op. We gaan samenwerkingen aan met nieuwe, vooruitstrevende makers die tegen bestaande verwachtingen ingaan en de grenzen van hun disciplines verkennen bij hun gezamenlijk onderzoek. Mediamatic biedt ruimte aan hun ontwerp vragen, juist omdat daar in het veld vaak nog geen plek voor is. De volgende waarden staan centraal in ons programma: artistieke kwaliteit, innovatie, originaliteit, transparantie, duurzaamheid en maatschappelijke urgentie.

Mediamatic selecteert makers en projecten door zich alert te begeven in de ontwerpsector. We toetsen makers en projecten aan onze waarden en doelstellingen door de volgende vragen te stellen: Biedt het een nieuw perspectief? Schuurt het? Hoe relevant zal dit zijn voor de cultuur en de maatschappij? Verwachten we dat het project artistieke kwaliteit gaat opleveren? Past het binnen ons programma? Is het realistisch voor ons? We beantwoorden deze vragen door ze grondig te bespreken met het kernteam en nodigen relevante partners en makers uit die als klankbord dienen. Mediamatic Amsterdam | *Transdisciplinair Ontwerpend Onderzoek: Autistisch*

In onze rol als verkennende en vernieuwende proeftuin hebben we veel openheid en ruimte nodig in ons programma. Dat betekent dat we niet al onze projecten lang van tevoren vastleggen en de flexibiliteit behouden om de ontwerper centraal te stellen en vanuit artistieke en maatschappelijke urgentie te prioriteren. Flexibiliteit is volgens ons bij uitstek een voorwaarde voor vernieuwing. Sommige van onze meest spraakmakende projecten zijn op zeer korte termijn gerealiseerd. Zo bedachten we ons project El Hema, minder dan vier maanden voor de winkel opende, en startte de Tostifabriek, een stadsboerderij waar alle ingrediënten van een tosti lokaal werden gekweekt, al zes maanden na de eerste brainstorm. Het eerste fablab van Nederland: vier maanden. Fashion Machine, waarbij Conny Groenewegen met honderden vrijwilligers ons hele gebouw verpakte in breisels van gerecyclede fleecede: drie maanden. Squirt Ding: prijswinnend N8-programma over vrouwelijke ejaculatie in 2017: twee maanden...

Zo zijn we op dit moment bezig met het inventariseren van de nieuwe ontwerpuitdagingen die we door de corona crisis toegeworpen krijgen.

We hebben ruimte voor makers in onze werkplaatsen. Daarnaast hebben we een groot netwerk en zoeken we constant naar interessante partners, van universiteiten tot bedrijven en andere culturele instellingen. Een van onze rollen is dan ook die van verbinder: we verbinden makers aan elkaar, aan partners en aan de bezoekers. We selecteren partners op de mogelijkheid tot verdieping van een project, of de mogelijkheid gezond tegenwicht te bieden door juist een ander perspectief te belichten en onze partners dienen daarom niet alleen als kennisdragers, maar ook als reflectief middel.

Tijdens het proces bloggen we op [mediamatic.net](http://mediamatic.net) over uitdagingen en nieuwe inzichten. Onze website fungeert als levend kennisarchief dat is opgenomen in zowel de koninklijke bibliotheek als SFMoMa. Deze website is open toegankelijk en wordt goed bekeken (369.000 bezoeken in 2019).

We ontwerpen nieuwe werkvormen. We merken dat het publiek steeds meer wil participeren. We maken daarom gebruik van werkvormen zoals zintuiglijke ervaringen, workshops, interactieve lezingen en open werkplaatsen om zo de maker en de deelnemer nog meer uit te dagen en participatie te bevorderen. Deze interactiviteit beïnvloedt het proces, en dus het werk en de ontwikkeling van de maker.

Makers zijn op verschillende manieren aan ons verbonden. Via een residency, door onderzoek te doen of door al gemaakt werk te presenteren. Ook als het werk alleen wordt gepresenteerd vragen we een interactieve houding tegenover ons, partners en het publiek.

We zien hoe onze thema's, nadat wij het spits afbijten, breder worden gedragen. Als dat gebeurt laten wij het thema weer los. Het loslaten van projecten die te breed gedragen zijn maakt ruimte voor innovatief experiment en vooruitgang.

Voorbeelden van makers die in een vroeg stadium van hun ontwikkeling ruimte kregen bij Mediamatic: Sascha Pohflepp, die na Mediamatic ook in het MoMa, Boijmans van Beuningen en de Art Institute of Chicago terecht kwam. Massimo Banzi, die hier zijn eerste Arduino workshops gaf. Katja Novitskova, die haar reis begon bij Mediamatic en haar land in 2017 op de Biënnale in Venetië mocht vertegenwoordigen. Melanie Bonajo, die het na Mediamatic tot het MoMa, het Stedelijk, het Tate, het IDFA, de Biënnale in Venetië 2021 en nog veel verder schopte. Debra Solomon, die in 2020 Nederland mag vertegenwoordigen op de Biënnale van Venetië, Maurizio Montalti, die bij ons de mogelijkheid kreeg om schimmels en bacteriën te cultiveren en daar nu Europees expert in is geworden, met zijn werk tentoongesteld over de hele wereld, en nog vele anderen.

## *Corona*

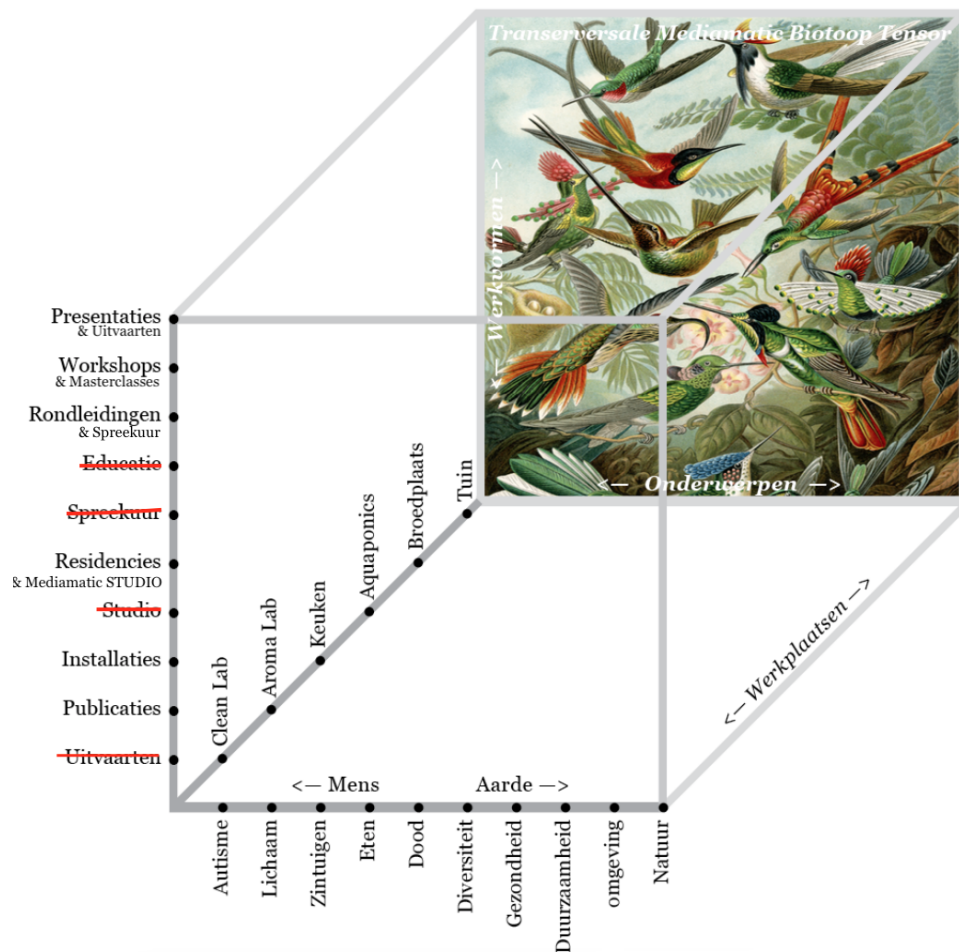
We zijn al langer bezig met klimaat- en duurzaamheidsvraagstukken. Daar komt nu een nieuwe complexiteit bij: pandemieën. De huidige crisis is een nieuwe inspiratie voor zowel onze inhoudelijke ontwikkeling als onze werk- en presentatievormen. Besmettingsvoorzorg is een omstandigheid die ons inspireert en bij veel van onze thema's past. Het herontwerpen van gezamenlijkheid en nieuwe manieren van delen zal een belangrijk onderwerp worden.

We zijn nu in hoog tempo bezig met het ontdekken en onderzoeken van nieuwe mogelijkheden. Dit onderzoek leidt tot verdieping van ons programma. Momenteel geldt bijvoorbeeld voor uitvaarten een uitzondering op het verbod op evenementen. Aansluitend op ons Nature Morte programma over design en de dood, maken we faciliteiten beschikbaar om het organiseren en herontwerpen van uitvaarten naar voren te schuiven. Daarnaast leidde onderzoek naar zintuiglijke prikkelingen en gezamenlijkheid in tijden van corona tot de Serres Séparées: quarantaine kassen waar intimiteit tijdens een pandemie wordt herontdekt.

Hoe we elkaar mogen aanraken in 2021-2024 is niet te voorspellen. We zullen onze manier van werken moeten herontwerpen. Het is een van onze hoofdtaken om opnieuw te bedenken hoe de culturele sector er als plek voor samenkomst zal kunnen uitzien.

## *Programma 2021-24*

Wij maken dus expliciet geen volledig ingekleurd programma, maar een kader. Dit kader maken we inzichtelijk door middel van een drie-assig model. Op de eerste as plaatsen we de thema's, op de tweede as bevinden zich de werkvormen en op de derde as de werkplaatsen. Zo ontstaat een driedimensionale ruimte voor de projecten. Hieronder lichten we eerst het model toe en daarna de concrete invulling hiervan.



Over de jaren is onze focus verlegd van de structuren buiten de mens, zoals media en sociale platforms, naar binnen, waar we kijken naar de biologische samenhang. Vroeger waren onze thema's verbonden via het internet. Tegenwoordig kijken we dus liever naar de Mens en de Aarde, die via het microbioom en het maagdarmkanaal organisch met elkaar verbonden zijn. We groeperen onze thema's rond deze twee zwaartepunten en beoordelen elk project vanuit beide perspectieven.

## Mens

*Autisme | Lichaam | Zintuigen | Eten | Dood | Diversiteit | Gezondheid*

We onderzoeken hoe we als mens kunnen genieten, zonder onszelf te overbelasten. We exploreren de mogelijkheden van ons lichaam, experimenteren met de kracht van onze zintuigen en zoeken naar de betekenis van gezondheid. We evalueren rituelen, zoals het zorgeloos doorgaan met leven in een tijd van ecologische crisis, en ontwerpen nieuwe rituelen. Daarnaast vieren we dingen die onlosmakelijk met de mens zijn verbonden zoals lichaamsvloeistoffen, secreties en de dood. En onderzoeken we een breder spectrum van de mens door het artistiek potentieel van autistische makers te onderzoeken en ontwerp vragen te benaderen vanuit deze makers.

# Aarde

*Dood | Diversiteit | Gezondheid | Duurzaamheid | Lokale Omgeving | Natuur*

Maatschappelijke vraagstukken zoals het klimaat en de economie kunnen alleen worden beantwoord als ook de aarde als belangrijke speler wordt erkend. Ook hedendaagse discussies over privacy en big data kunnen beter begrepen worden in de context van de natuur. We onderzoeken het spanningsveld tussen kunstmatig en natuurlijk. We experimenteren in onze Biotoop met lokale mogelijkheden van duurzaamheid, stadslandbouw, circulariteit van de natuur, afval en water, die paradoxaal genoeg antwoord kunnen bieden op globale vraagstukken. We ontwerpen vanuit de behoefte en mogelijkheden van de aarde en benaderen vermeende duurzame oplossingen kritisch. Daarnaast onderzoeken we wat de aarde ons te bieden heeft zonder haar uit te putten en op welke manieren wij kunnen bijdragen aan de gezondheid van de aarde en de aarde kan bijdragen aan de gezondheid van de mens.

## Werkvormen

*Onze werkvormen zijn ontwikkeling en ontwerp onderzoek, maar ook presentatie en publicatie. We zoeken hierbij in het bijzonder naar manieren om de transitie van publiek naar deelnemer te faciliteren. Dat wil zeggen dat we publiek zo veel mogelijk actief betrekken en laten deelnemen aan de activiteiten.*

*De manier waarop wij interactie met deelnemers, bezoekers en marktpartijen bewerkstelligen, beïnvloedt het werk en de maker.*

*Mediamatic biedt werkplaatsen en laboratoria die buiten Amsterdam in de wijde omtrek niet te vinden zijn. Mede daarom zijn we een belangrijk instituut voor de stedelijke regio. We bieden de ruimte om uit te proberen, te experimenteren en te ontdekken en prototypen in de praktijk te testen. De begroting is ingedeeld naar de werkvormen.*

## Interactieve presentaties

Een plek waar makers hun onderzoek en projecten kunnen laten zien, voelen, ruiken en horen aan hun publiek. Lopende voorbeelden zijn: Odorama, over olfactorische (reukzinnelijke) kunst, design en onderzoek, en Still Life, over design en de dood. Daar komen onder andere de Autistische Lezingen, over ontwerp vanuit autisme en Fake eco?, een serie presentaties over discussie en evaluatie van ecodesign, bij. Deze avonden zijn een belangrijk platform voor ontmoeting tussen makers en publiek en worden typisch bezocht door 50 tot 120 mensen. Evenementen worden ook gestreamd en zintuiglijke ervaringen worden waar mogelijk per post gedistribueerd. De komende kunstenplanperiode gaan we experimenteren met een nieuw soort interactieve presentatie: Mediamatic wordt een uitvaartcentrum. In het verlengde van Mediamatic Amsterdam | *Transdisciplinair Ontwerpend Onderzoek: Autistisch Verkennen* | Plan 2021–2024 | p. 6 / 22

het Nature Morte programma gaan we samen met kunstenaars en ontwerpers het leven en de dood onderzoeken door uitvaarten te faciliteren. Als het doneren van je lichaam aan de wetenschap een dienst is waarbij je iets kunt teruggeven aan de samenleving, hoe zit dat dan met je lichaam doneren aan de kunst? We ontwerpen nieuwe rituelen, nieuwe tools en nieuwe manieren van lichaamsverering en rouwverwerking. Dit programmaonderdeel bestaat naast onze faciliteiten voor reguliere uitvaarten in de biotoop.

## *Workshops & Masterclasses*

Workshops en masterclasses worden gegeven door makers die aan ons verbonden zijn en zijn deel van het onderzoek. Ze zorgen voor kruisbestuiving tussen deelnemer en maker. De workshops bieden een basisniveau, de masterclasses zijn voor gevorderden. Het programma wordt steeds geactualiseerd naar aanleiding van onze eigen onderzoeksvragen. We professionaliseren de productie zodat de workshops inkomsten genereren voor zowel de organisatie als de makers die ze geven. Sinds 2016 realiseren we een jaarlijkse groei van 25% (78 workshops in 2019). Onze ambitie is om deze stijging voort te zetten. In 2020 gaan we dat, vanwege de maatregelen, echter niet redden. Daarna gaan we (met gedeeltelijk herziene vormgeving) door met dezelfde ambitie.

## *Tentoonstellingen/installaties*

Bij Mediamatic presenteren we werk gedurende langere perioden. De keuze van de presentatievorm en de plek wordt bepaald door het werk dat veelal ontstaat in het Mediamatic Studio programma of tijdens een residency. Met deze installaties en tentoonstelling bereiken we een groter publiek en versterken we de beleving van een bezoek aan de Biotoop.

## *Rondleidingen*

We willen bezoekers de mogelijkheid geven om Mediamatic op een laagdrempelige manier te leren kennen. We geven wekelijks gratis rondleidingen langs de installaties en werkplaatsen in de biotoop en bieden daarnaast betaalde tours voor personen en groepen op afspraak. Daarnaast hosten we het spreekuur (EN: *Meet your Maker*). Een moment waar makers hun werk een op een kunnen presenteren aan publiek. Dit spreekuur is gratis en wordt wekelijks gehouden door makers die op dat moment bij Mediamatic betrokken zijn met bezoekers die daarvoor 1:1 afspraken reserveren.

## *Residencies*

We zijn onderdeel van het 3package deal programma van AFK/ Broedplaatsen. We vormen met Waag Society en de microbiologie groep van Toby Kiers aan de VU een consortium voor Bio-Art. Naast 3pd hebben we meerdere residency-plekken in de Biotoop. Mediamatic heeft een curerende rol en selecteert kunstenaars op artistieke kwaliteit en aansluiting bij ons programma. We kunnen makers voorzien van een

logeerkamer, stellen onze verschillende werkplaatsen en ruimtes om te exposeren ter beschikking, en we bieden gespecialiseerde inhoudelijke begeleiding, zowel intern als extern. Residencies variëren in lengte van weken tot maximaal een jaar. Ook Arcam is een samenwerkingspartner voor de residencies. Samen met Baltan laboratories zetten we daarnaast de artists-in-community residencies op. Makers die in de biotoop werken, worden op afstand gekoppeld aan internationale makers. De makers hoeven bij hun gezamenlijk onderzoek niet naar elkaar toe te komen, maar kunnen juist gebruik maken van de kennis en de faciliteiten in hun eigen netwerk. Op deze manier worden makers uitgedaagd om impact te genereren binnen hun lokale gemeenschappen. Residencies beslaan onderzoek, ontwerpend onderzoek, testen en/of maken. We reserveren extra ruimte voor meta-ontwerp: het evalueren en herontwerpen van onze eigen werkvormen, publieke ruimte, ontmoetingen en organisatiestructuren.

## *Publicaties Online*

Onze website fungeert als levend archief voor alle kennis die we opbouwen en als platform voor samenwerking. Op onze website vind je blogs en artikelen van kunstenaars, ontwerpers en wetenschappers die verslag doen van hun onderzoek. In deze artikelen is speciale aandacht voor herhaalbaarheid en DIY. Hierdoor worden lezers geïnspireerd om ook zelf onderzoek en experimenten te doen.

## *Neo Futurist Dinners*

De Neo Futurists dinners zijn avonden over de toekomst van design en eten. We vragen kunstenaars een multi-zintuiglijke eetervaring te ontwerpen van de toekomst en spelen daarmee in het gebied waar eten, kunst, design, zintuiglijke ervaring, duurzaamheid en politiek elkaar ontmoeten. Voor de Neo Futurist Dinners vragen we steeds makers die niet primair culinair werken om samen met een chef het programma te ontwikkelen. Zo dagen ze elkaar uit om de grenzen van hun disciplines te verkennen. Voorbeelden van deze diners zijn het zevengangendiner dat we ontworpen met artificial intelligence, en The Eating of Humans waar de deelnemers hun eigen bloed als smaakmaker gebruikten. Een nieuwe ontwikkeling van de Neo Futurist Dinner zijn de neo-futurist life-celebrations. Hoe trouwerijen en uitvaarten als voorbeelden van gezamenlijke vieringen van levensmomenten in corona-tijden opnieuw ontworpen moeten worden is een interessante ontwerpvrage. We focussen ons op het herontwerpen van samenzijn en hebben extra aandacht voor duurzaamheid en de zintuigen. Arcam is samenwerkingspartner voor designlabs over de neo-futurist life-celebrations.

## *Werkplaatsen*

*Werkplaatsen zijn gesitueerd in de Biotoop en zijn toegankelijk voor makers en deelnemers die met nieuwe werkvormen willen experimenteren. Deze laboratoria veranderen met de tijd mee. Zo creëren we nieuwsoortige labs als daar vanuit de makers een reden voor blijkt. Ateliers63 en de*



*Rijksakademie zijn samenwerkingspartners voor de werkplaatsen. Ter ondersteuning van de labs hebben we een algemene werkplaats. Hierin kunnen tools en producten worden gemaakt en wordt gewerkt aan installaties en onderhoud.*

## *Bio Clean Lab*

In het Bio Clean Lab kan microbiologisch werk worden ontwikkeld en uitgevoerd in de Cleanroom: een zeer schone ruimte waar kruisbesmetting voorkomen wordt en met gevoelige organismen gewerkt kan worden. Er worden biomaterialen gekweekt maar er is ook ruimte voor meer aan de klassieke keuken gerelateerd werk zoals fermentatie, extractie en brouwen.

## *Aroma Lab*

Het Aroma Lab heeft een werkverzameling van honderden natuurlijke en synthetische geurstoffen die gebruikt worden door ontwerpers en kunstenaars voor hun projecten. Naast deze verzameling is er apparatuur om te werken met olfactorische technieken als vacuümdestillatie en magnetronextractie.

## *Aquaponics planten– en viskwekerij.*

We kweken op het terrein vissen en planten in een gesloten systeem waar we niet alleen van eten, maar vooral veel bezoekers mee trekken. Dit circulaire systeem adresseert onderzoeksvragen over stadslandbouw en verticaal groeien, afvalreductie en vragen over waterschaarste.

## *Restaurant*

Naast horecagelegenheid, functioneert het restaurant als laboratorium. Met het oog op multi-zintuigelijke ervaringen kan hier smaak worden onderzocht. Onze professionele keuken heeft uiteenlopende culinaire voorzieningen ter beschikking. Het restaurant zorgt ervoor dat er geëxperimenteerd kan worden met publiek en smaak-ervaring. Het is een plek voor workshops en de Neo Futurist Dinners.

## *Tuin*

We hebben de tuin van de Biotoop omgebouwd tot openbaar park. Omdat een groot gedeelte van de buitenruimte betegeld of geasfalteerd is, plaatsten we 165 groeibakken met planten. In de komende periode gaan we deze tuin herinrichten. De nadruk in de tuin ligt op medicinale planten die groeien in onze klimaatzone, en we maken door dit herontwerp van publieke ruimte het onzichtbare zichtbaar.

## *Broedplaats*

We verhuren werkplekken voor kunstenaars en bieden werkuren in onze verschillende laboratoria. Deze werkplekken leveren een kleine positieve geldstroom op door de huurinkomsten en dankzij de huurkorting van de gemeente Amsterdam. We bieden naast werkplekken simpele faciliteiten zoals werk- en discussieruimtes,

een vinylcutter, computers, beamers, las- en timmergereedschap. Deze faciliteiten zijn geen onderdeel van ons programma, maar zijn ondersteunend.

## *De belangrijkste Projecten*

### *Nature Morte / Still Life*

De existentiële vragen die het klimaatprobleem met zich meebrengt gaan bij uitstek over vergankelijkheid. Daarom onderzoeken we ook onze eigen vergankelijkheid. In 2019 startten we ons project Still Life (Nature Morte) onder curatorschap van de progressieve begrafenisondernemer Susanne Duijvestein. We verkennen radicale veranderingen in de vervuilende uitvaartsector. Ook in die sector wordt de rouwende mens tot consument gemaakt. We ontwerpen in dit programma nieuwe rituelen en invalshoeken waar duurzaamheid en do-it-yourself een grotere rol spelen. Door middel van lezingen en workshops over architectuur, design, rituelen en levensverhalen maar ook de biochemische processen rond de lijkbezorging. In dit kader gaan we op onze locatie uitvaarten ontwerpen en faciliteren met een bijzondere aandacht voor duurzaamheid, DIY en social (distance) design. Het herontwerpen van gezamenlijkheid is een zeer relevante ontwerp vraag bij uitvaarten. Dit is ook de aanleiding voor een ontwerp vraag die we in de Mediamatic Studio gaan beantwoorden. Kan een dood lichaam, al is het maar tijdelijk, dienst doen als materiaal, context of object voor een kunstwerk?

Met behulp van het netwerk van Susanne zoeken we naar mensen die hun lichaam aan de kunst willen doneren. Als je je lichaam aan de wetenschap kunt doneren, waarom dan niet aan de kunst? We maken ruimte voor kunstenaars om werk te maken met de dood als onderzoeksobject. Arcam is samenwerkingspartner.

### *Autistic Research*

De lijst met autisten van bijzondere maatschappelijke en artistieke verdienste is lang en bevat namen als Greta Thunberg, David Byrne, Steve Jobs, Oliver Sacks, Albert Einstein en Andy Warhol, maar ook dichterbij: Filemon Wesselink. Autisme is dan ook, zeker in een ontwerpende rol, een grote kracht. Door een zekere mate van overgevoeligheid voor stimuli hebben autisten een andere wijze van het ordenen en systematiseren van de wereld. Deze perceptie van de wereld is in de kunstensector nog onderbenut.

Daarnaast hebben veel autisten de eigenschap om zich zeer intens bezig te houden met hun interessegebieden. Dit uit zich vaak in een uitzonderlijke vaardigheid op één gebied. We zien dan ook dat veel autistische makers specialistisch te werk gaan. Toch wordt het door de samenleving tegengewerkt om deze werkwijze toe te passen. Onze generalistische maatschappij vraagt steeds meer van kunstenaars en ontwerpers. Zo wordt er verwacht dat ze actief netwerken, interviews geven, lezingen houden en zich interactief verhouden tot hun publiek. Terwijl juist bij autistische makers, vaardigheden en intelligentie erg oneven zijn. Dit maakt dat autistische makers minder makkelijk hun plek vinden binnen de sector en dat gaat ten koste van Mediamatic Amsterdam | *Transdisciplinair Ontwerpend Onderzoek: Autistisch Verkennen* | Plan 2021–2024 | p. 10 / 22

waardevolle artistieke kwaliteit. Daarom willen we ook onderzoeken hoe autistische makers hun werkvormen zouden aanpassen om hun artistiek potentieel volledig te benutten.

Juist nu de huidige maatschappij snelle veranderingen en een grote hoeveelheid aan stimuli kent, is het artistiek potentieel van autistische makers zeer relevant. Overprikkeling is voor iedereen een probleem. Er wordt op grote schaal over de grenzen van de mens en de aarde gegaan. Zo worden de grenzen van de aarde uitgedaagd door het herhaaldelijk aantasten van uitputtelijke grondstoffen en natuur. En ook de grenzen van de mens en het lichaam lijken consequent te worden overschreden: overspannenheid is arbeidsziekte nummer één. Dit komt mede door een flinke toename van het aantal prikkels dat de mens moet verwerken. Onze aandacht wordt constant getrokken en is ondertussen al zo waardevol dat het zelfs wordt verhandeld. Het lichaam en de aarde zijn binnen ons huidige programma focuspunten. Autisten kunnen hier een antenne-functie bekleden. Juist omdat zij al eerder gevoelig zijn voor bepaalde structuren en stimuli. We gaan onderzoeken in welke mate autistische indelingen en structuren kunnen bijdragen aan de oplossing van maatschappelijke problemen door het ontwerpen van ruimtes, producten en social design.

De autistische stem vindt zijn uiting vaak niet via symbolische taal maar kent een lichamelijke of visuele vorm: in dans, beeld, indrukken, kleur, geur en een omgang en fascinatie met objecten. Autisten zijn oververtegenwoordigd in het eerste jaar van kunstacademies: ruim 5 keer het landelijke gemiddelde. En zelfs die schatting is volgens veel kunstdocenten aan de lage kant. Daarom gaan we onderzoeken hoe het kunstonderwijs kan worden heringericht. Met het Sandberg Instituut gaan we werken aan de ontwikkeling van een “Temporary Master” Autistic Research die zich speciaal richt op de ontwikkelingskansen van de autistische geest. Deze master zal zich richten op makers met ASS en het onderzoeken van specifieke maatschappelijke vraagstukken rond autisme. De temporary master zal lopen van 2022 tot 2024 en behoort formeel niet tot ons eigen programma. De voorontwikkeling en samenwerking wel. Een andere samenwerkingspartner is het ArtechLAB van de Amsterdamse Hogeschool voor de Kunsten.

Ook gaan we onderzoeken hoe autisten kunnen helpen bij het inrichten van ontmoetingen en publieke ruimte. We cocreëren met autistische ontwerpers de inrichting en publieksbenadering van in eerste instantie Mediamatic zelf, maar in een later stadium ook andere publieke ruimtes. Het heeft grote voordelen om vormen en ruimtes op een andere manier te ordenen: het creëert nieuw bewustzijn en hernieuwde aandacht voor anders onzichtbare dingen. Wat bijvoorbeeld als een tuin volledig op kleur wordt gesorteerd? Of als in een ruimte alles precies even groot is? Wat deze experimenten voor uiting krijgen weten we nog niet. Het is juist ons doel dit te gaan onderzoeken en ontdekken.

We zijn ons bewust dat onze doelgroep juist vanwege de sterke gevoeligheid een nu nog atypische behandeling vereist: er zal extra belang moeten worden gehecht aan het benoemen van realistische verwachtingen, effectieve en duidelijke communicatie, mogelijke overprikkeling van de makers en stigma en kritiek vanuit de community. We werken daarom bij het ontwerpen van deze behandeling samen met mensen die ervaring hebben in het begeleiden van mensen en makers met ASS, zoals de coaches van AKM Kunstmaat, en met ervaringsdeskundigen op het spectrum. Autistic Research krijgt extra aandacht voor documentatie en disseminatie van de resultaten. We zoeken daarbij samenwerking met academische onderzoekers en gespecialiseerde zorginstellingen.

De coronacrisis vraagt een snelle aanpassing van de maatschappij. Voor de herinrichting kunnen we de specialistische kennis en perceptie van autistische makers goed gebruiken. Er is extra aandacht voor het herontwerpen van ontmoetingen.

## *Olfactory History Oosterdok*

Samen met o.a. partners; VU, Scheepvaartmuseum, Amsterdam museum en Nemo ontwikkelen we OHO. Een *blockbuster* tentoonstelling in 2022 waar we met behulp van geur de geschiedenis van Amsterdam vertellen voor nationaal en internationaal publiek. Mediamatic doet hiervoor het ontwerpend onderzoek naar de presentatie van olfactorisch erfgoed.

Het Oosterdok in het centrum van Amsterdam is de plek waar de globalisering begon in de 17e eeuw. Het is de voormalige haven en marinebasis van Amsterdam. Eind 16e eeuw, na de val van Antwerpen, begon het verkeer buiten Europa enorm te groeien en werd transcontinentale scheepvaart een alternatief voor de zijderoute en een verbinding met nieuwe werelddelen. Veel van de stoffen die werden verhandeld hadden bijzondere smaken en geuren. Er vond in die tijd een olfactorische explosie plaats met het Oosterdok als epicentrum. Nu ligt rondom het Oosterdok een tiental culturele instellingen en bedrijven die samenwerken in Expeditie Oosterdok. Aan de hand van de geuren van de geschiedenis maken we met de naburige instellingen een meeslepende beleving.

Mediamatic onderzoekt hoe een verhaal verteld kan worden met geur. Het historische onderzoek wordt gedaan door teams van de VU en Scheepvaartmuseum, maar het omzetten van de verhalen vereist een experimentele ontwerpverkenning die we in een serie testprojecten gaan doen met verschillende ontwerpers vooruitlopend op het evenement. Dit project heeft een sterke wisselwerking met de rest van ons programma. We werken met kunstenaars en designers als Sissel Tolaas, Masuma Khwaja en Pieter Decupere.

## *Secretopia*

De mens vormt een enorme bedreiging voor al het leven op aarde, inclusief de eigen soort. Het is echter beperkend om de mens alleen als bedreigende manipulator van de natuur te zien. De mens is ook een onderdeel van de natuur en is organisch

verbonden. Secretopia buigt zich over de cultuur van het lichaam, haar vloeistoffen en afscheidingen, seksualiteit en lichaamsgeur. Samen met Wim van Egmond onderzoeken we de visuele schoonheid van de intimiteiten van ons microbioom. Daarnaast is besmettingsvoorzorg een nieuwe en relevante focus. Hoe verhouden besmettingsangst en seksualiteit zich tot elkaar? Moeten we nieuwe intimiteiten gaan ontwerpen? Een duurzaam beflaken in plaats van een beflapje? In workshops en ontwerp opdrachten onderzoeken we de relatie tussen mens en aarde via het microbioom, en onze haat-liefde verhouding met viezigheid.

## *Guerilla Hortus Amsterdam*

We begonnen om burens en bezoekers bewust te maken van de lokale natuur en haar medicinale werking met Hortus Dijkspark door het plaatsen van infographics bij meer dan 300 planten die in de buurt groeien. Het project wordt uitgebreid tot een netwerk met FramerFramed, Tolhuistuin, Groei&Bloei, Zone2Source en TheBeach. We signaleren de biodiversiteit van de stad en onderzoeken hoe we de rijkdom van onze culturele relaties met planten herbeleven. We ambiëren heel Amsterdam te bezaaien met deze infographics en vestigen zo onder andere aandacht op planten die vergeten zijn of als ongewenst worden gezien, maar eigenlijk mooie eigenschappen hebben zoals een medicinale werking, bijzondere smaak of culturele betekenis. Maar vooral biedt het netwerk een platform voor kunst- en ontwerpprojecten over de waarde van natuur en culturele relaties tot planten.

## *Fake-Eco?*

Soms is de scheidslijn tussen inspirerend ecodesign, modieuze retoriek of zelfs greenwashing moeilijk te trekken. We gaan de paradoxaliteit van onze duurzame ambities aan door ons kritisch te verhouden tot onze projecten en starten in 2020 het lang lopende evaluatieproject Fake-Eco?, wat duurzame design-innovatie kritisch evalueert. Niet alleen engineers, maar ook kunstenaars buigen zich over het duurzaamheidsvraagstuk en ontwikkelen producten en ideeën die ons richting moeten geven. Toch constateren we dat een hoop ideeën en producten geïnspireerd op duurzaamheid eigenlijk helemaal niets besparen. Dat is prima in het begin van de keten, maar zodra ze voorbij het stadium van onderzoek en prototype gaan, dan wordt dat problematisch. Onze eigen aquaponics stadslandbouw-praktijk en veel bio-materiaal producten tonen zo'n tegenstrijdigheid. Betekent dit dat ze beter niet gemaakt kunnen worden? Hoe moeten we dit, en daarmee ook ons eigen werk, beoordelen? In 2020 starten we dit programma met een tentoonstelling in samenwerking met solar-ontwerper Marjan van Aubel (Nemo Lab is gesprekspartner voor presentatie). Het programma zal doorlopen als serie interactieve presentaties en workshops waar we ecodesign blijven bevragen en zoeken naar manieren om verschillende soorten ecodesign context te bieden.

## *Odorama*

Odorama is een serie interactieve presentaties over olfactorische kunst, design en onderzoek. De komende periode verbreedt deze serie zich naar de intieme zintuigen:

naast geur gaan tast en proprioceptie een grotere rol spelen. Curatoren Caro Verbeek en Frank Bloem maken samen met hun team het programma waarin makers en onderzoekers uit verschillende disciplines elkaar ontmoeten. Er bestaan nog geen elektronische media die betekenisvol met intieme zintuigen kunnen werken. Tot nu toe lag het voor de hand om het publiek voor zintuiglijke beleving op een fysieke plek te verzamelen. We gaan onderzoeken hoe we het delen van multi-zintuiglijke ervaringen kunnen distribueren.

## *Open Labs*

Op dit moment openen we met succes ons Aroma Lab wekelijks voor publiek. De komende periode gaan we ook onze andere faciliteiten wekelijks openstellen aan geïnteresseerden onder begeleiding van een kunstenaar, ontwerper of chef. Zo kunnen geïnteresseerden op een laagdrempelige manier kennis maken met onze laboratoria en werkplaatsen en zelf ontwerpen met levende organismen, geur of voedsel.

## *Lex Lota: Designprijs voor wetten.*

De mensheid zal op korte termijn collectief grote veranderingen moeten organiseren. Nieuwe wetten zijn daarbij nodig. De schoonheid, elegantie en effectiviteit van wetten zijn het onderwerp van dit project. We gaan wetten als kunstwerk beschouwen. Wetten bewegen ons, creëren onze definities van goed en fout en bepalen onze wereld en werkelijkheid. Maar welke wetten raken ons ook? En waarom? In welke elementen van een wet zit schoonheid? En in welke wetten? We organiseren een tweejaarlijkse designprijs voor wetten rond de thema's klimaat, migratie, voedsel en natuurrechten. Daaromheen organiseren we workshops en hackathons over de ontwikkeling van effectieve wetten en spelregels. Dit project wordt in 2020 voorbereid. We spreken momenteel over samenstelling van de jury met specialisten als Simon Zadek, Paul van Zyl, Mustafa Suleyman en Marjan Minnesma. We zullen significante aanvullende fondsen werven voor het project.

## *Mediamatic ETEN*

Ons restaurant Mediamatic ETEN is een gastvrije en experimentele plek om duurzaam en lekker eten op tafel te zetten. Deelnemers kunnen hun activiteiten bij Mediamatic combineren met een drankje of een maaltijd. Omgekeerd trekt het restaurant bezoekers die op een laagdrempelige manier kennis maken met ons programma in de Biotop.

De veganistische keuken gebruikt planten en kruiden uit de aquaponics kas, draagt bij aan onze circulaire compostpraktijk en werkt met gefermenteerd eten en schimmels uit het Bio CleanLab. Onder leiding van voedselontwerper Giulia Soldati en Chef Tomasso Buresti creëren we eetervaringen die tot stand komen door onderzoek en experiment. Daarnaast bieden het restaurant en de keuken ruimte voor workshops en ontvangsten en dient het als lab voor de Neo Futurist Dinners. ETEN heeft als afdeling een winstoogmerk: de inkomsten voor de rest van het programma zijn bescheiden. We willen die verbeteren en gaan dat ook duidelijker communiceren door

een programmabijdrage te tonen op de kassabon. Een belangrijke bijdrage van ETEN is dat we daarmee heel Mediamatic 7 dagen per week open en gastvrij kunnen maken op een manier die alleen ons programmabudget nooit zou toelaten.

Op dit moment zijn we ETEN aan het verbouwen en herontwerpen in antwoord op de nieuwe omstandigheden. De eerste testen zijn hoopgevend.

## *Geografische spreiding*

We maken al jaren deel uit van de culturele infrastructuur van land en stad en hebben veel formele en informele uitwisselingen met andere partijen. Deze partijen bestaan uit culturele instellingen, maar ook kennisinstituten, scholen en bedrijven.

We hebben een goede naamsbekendheid en reputatie als een plek voor artistieke vernieuwing en artistiek onderzoek. Daarnaast zijn we door het openstellen van onze faciliteiten ook een faciliteit voor de stad. Als katalysator van culturele innovatie en vrijheid dragen we bij aan de reputatie van Nederland en aan het innovatieve imago op het gebied van ontwerpen en de life sciences. Door buurtgerichte projecten zijn we daarnaast van grote betekenis op lokaal niveau. Naast onze lokale en nationale binding hebben we ook globale bekendheid. Door samenwerkingen met internationale partijen en het aantrekken van internationale kunstenaars zijn we een belangrijk punt van internationale kruisbestuiving voor Nederland. Daarnaast komen veel internationale scholen op het gebied van innovatie, kunst, design, architectuur en natuur naar Mediamatic. We zien dat de helft van onze websitebezoekers uit het buitenland komt en ook veel van onze fysieke bezoekers zijn internationaal.

Onze ligging, dichtbij het Centraal Station in Amsterdam en dichtbij Schiphol, draagt bij aan de internationale bereikbaarheid.

Al richten wij ons niet op presentatie in het buitenland, maar juist op internationale kruisbestuiving op onze eigen locatie in de Biotop, worden bij ons ontwikkelde projecten toch in het buitenland gepresenteerd. Er zijn meerdere internationale edities geweest van ons Neo Futurist Dinner (Los Angeles, Seattle, Dubai, etc.) en onze voedsel gerelateerde projecten zijn ook in Azië, Amerika en het Midden-Oosten tentoongesteld, daarnaast krijgen momenteel onze Serres Séparées internationale weerklank, met pers aandacht uit de hele wereld. We richten ons bewust niet op presenteren in het buitenland omdat we juist een zinnige invulling willen geven aan de plek waar we zitten. De uitbreidingstrend naar het buitenland voelt contrair aan onze duurzame en maatschappelijke ambities. Wij zoeken duurzame internationale binding door een langere tijd met makers en stagiaires te werken, onze website innovatief en interessant te houden, en samenwerkingen aan te gaan met diverse partners.

## *Bedrijfsvoering*

We onderschrijven de uitgangspunten van fair pay en fair practice. We betalen kunstenaars en ontwerpers voor hun tijdsbestedingen en geven ze projectbudgetten.

De personeelsbegroting is, bij gebrek aan richtlijnen voor maak-instellingen, gebaseerd op de richtlijnen presentatie-instelling volgens De Zaak Nu. We

onderhouden een transparant en rechtvaardig salarisgebouw. De overuren van de personeelsleden en makers worden waar mogelijk gecompenseerd, of uitbetaald.

Mediamatic Amsterdam | *Transdisciplinair Ontwerpend Onderzoek: Autistisch*

*Verkennen* | Plan 2021—2024 | p. 15 / 22

We hebben de afgelopen jaren stijgende publieksinkomsten behaald door betere organisatie en marketing. Met name het workshopprogramma liep daardoor beter (37,5% in 2019 tov 2018). We hebben de afgelopen jaren steeds met een klein positief resultaat afgesloten. We behaalden een gemiddelde groei van publieksinkomsten van het programma van 25%. De groei van de horeca-inkomsten bleef echter achter door achtereenvolgens de totale renovatie van de Dijkgracht en de afsluiting van de Oosterdoksdraaibrug. We zijn met de Gemeente Amsterdam in onderhandeling over een schadevergoeding die bij toekenning ons programmabudget ten goede zal komen. Die brug gaat medio 2021 weer open waardoor de bereikbaarheid sterk zal verbeteren en daarnaast komt er nieuwe bedrijvigheid op het Oosterdokseiland. De nieuwbouw die nu voor afsluiting zorgt is het toekomstig hoofdkantoor met 5.000 werkplekken voor Booking.com. Als dit bedrijf de coronacrisis overleeft dan hebben we vanaf 2021 een groot aantal hoogopgeleide expats als burens. We zien dit als een kans en verwachten daardoor een substantiële groei van de omzet voor zowel horeca als programma. Bij een ongunstiger verloop van de crisis moeten we misschien het half afgemaakte pand in 2021 kraken en er een cultuurpaleis van maken. Onverhoopt tegenvallende inkomsten kunnen normaliter opvangen worden door verschuiving naar goedkopere oplossingen en meer nadruk op activiteiten die goede publieksinkomsten genereren zoals herhaalbare workshops - ten koste van de ontwikkeltrajecten.

In dat licht: voor wat betreft de planning van de bedrijfsvoering moeten we nu even onze adem inhouden. Het is waarschijnlijk beter om ons tot ver in 2021 niet te rijk te rekenen. Zo spannend en inspirerend we de inhoudelijke uitdagingen van de crises vinden, zo moeilijk is het om de financiële exploitatie nu te plannen. Maar we vertrouwen op onze flexibiliteit. Het versneld opnemen van uitvaarten in ons programma biedt niet alleen inhoudelijke verdieping, maar genereert ook huurinkomsten. En ons onderzoek naar gezamenlijkheid tijdens een pandemie in Mediamatic Eten leidde tot de in één dag uitverkochte Serres Séparées (voorverkoop van 240 tafeltjes), waar we intimiteit en besmettingsvoorzorg herontwerpen. We hebben een gespreide financieringsmix van lokale overheid, landelijke overheid, commerciële sponsoring, horeca-, verhuur- en publieksinkomsten en we zullen er naar streven deze mix te behouden en nieuwe manieren te vinden om onze ontwikkeling te financieren.

## *Communicatieplan*

We beseffen dat, ook al zijn onze thema's erg inclusief, onze werkvormen experimenteel en vooruitstrevend zijn. Dat is niet per se aantrekkelijk voor een groot publiek. Dit is inherent aan onze rol in de keten. Ons experimentele karakter trekt per definitie geen groot mainstream publiek. Toch geloven we dat er wel degelijk meer potentieel geïnteresseerden zijn dan nu worden bereikt. We zijn dan ook bezig met het ontwikkelen van onze communicatiekanalen om onze doelgroepen te bereiken.

We onderscheiden de volgende doelgroepen:

- Creatieven (kunstenaars, makers, ontwerpers en onderzoekers)
- Kennisinstellingen (docenten, onderzoekers en studenten)
- Partners (culturele instellingen, bedrijven en kennisinstututen)



- Algemeen publiek
- Pers over: biotechnologie, design, wetenschap en cross-over kunst.
- Financiers (fondsen, sponsors)

## *Onze belangrijkste instrumenten:*

Website (365.000 bezoeken in 2019, groeiend) | Maandelijks nieuwsbrief (na opschoning in 2019: 13,411 abonnees) | Directe communicatie via netwerk, evenementen en presentaties | Analoge advertenties (posters etc.) | Artikelen in online en geprinte media | De Mediamatic Bon: een cadeaukaart voor ervaringen bij Mediamatic | Samenwerkingsverbanden met grote evenementen zoals: Museumnacht, ADE, We make the city, Expeditie Oosterdok | Samenwerking met workshop marketing platform dedi.co | Social Media: *Instagram* 7.657 (3 jaar terug 963, een toename van 6.694) en *Facebook* 18.209 volgers (3 jaar terug 14.299, een toename van 3.910)

We hebben geleerd deze doelgroepen beter per onderwerp te scheiden en specifieker te benaderen (Denk aan planten, fermenteren, autisme etc.). Sinds de lopende periode maken we daarom slimmer gebruik van social media. We gebruiken social media targeting intensief omdat we veel verschillende interessegebieden bedienen, we merken hierdoor positieve resultaten voor nieuw publieksbereik. We doen het goed ten opzichte van onze collega's. We bedienen een internationaal diverse doelgroep. Het afgelopen jaar was ruim de helft van de websitebezoekers internationaal. Daarom is de hoofdtal van onze communicatie Engels. Belangrijke uitingen vertalen we ook in het Nederlands.

## *Samenwerkingen*

Baltan Laboratories: Residenties | Expeditie Oosterdok: OlfactoryHistoryOosterdok | Amsterdam Museum: OlfactoryHistoryOosterdok / CityStudio | Monumenten en Archeologie Amsterdam: OlfactoryHistoryOosterdok | Noordjes Kinderkunst: AutisticResearch / Educatie | Sandberg Instituut: AutisticResearch | Amsterdamse Hogeschool voor de Kunsten: Autistic Research | AMS: LexLota | Urgenda: LexLota | Design Academy Eindhoven: Neo Futurist Dinner | Openbaar Onderwijs aan de Amstel: Educatie | Waag Society: 3PackageDeal | Vrije Universiteit: 3PackageDeal | Alan Turing School: Educatie | Framer Framed: GuerillaHortusAmsterdam | The Beach: GuerillaHortusAmsterdam | Tolhuistuin: GuerillaHortusAmsterdam | Zone2Source: GuerillaHortusAmsterdam | Ateliers63: structurele samenwerking werkplaatsen | Rijksakademie: werkplaatsen | Arcam: Nature Morte en residencies

## *Duurzaam, divers en eerlijk: de codes*

### *Code Duurzaamheid*

Dit is geen formeel criterium voor de kunstensector. Misschien in een volgende beleidsperiode? Mediamatic streeft naar vermindering van haar energie en materiaalgebruik. Zowel in haar programma als in haar praktijk. Inhoudelijk is Mediamatic Amsterdam | *Transdisciplinair Ontwerpend Onderzoek: Autistisch Verkennen* | Plan 2021—2024 | p. 17 / 22

duurzaamheid al lang een belangrijk onderdeel van ons programma. De horeca werkt veganistisch en zo veel mogelijk met lokale organische ingrediënten. Een obstakel voor verdere verbetering is de tijdelijke huisvesting: daardoor is het lastig om ons energiegebruik verder te beperken. De afschrijftermijnen van de benodigde investeringen zijn veelal meer dan 10 jaar. We huren van de gemeente en die heeft een terughoudend beleid op dit gebied. Wel hebben we een groot aantal airco's van het gebouw afgekoppeld en ouderwetse verlichting vervangen. Door kassen te plaatsen rondom het verouderde, matig geïsoleerde hoofdgebouw ontstaat een warmtebesparende klimaatzone. Sinds 2020 is onze organische afvalstroom volledig opgeheven door compost. We hebben in onze monumentale sluisdeurenloods dakisolatie aangebracht. Het hele gebouw kan veel duurzamer gemaakt worden door investeringen op lange termijn. Daarover gaan we met de gemeente in gesprek.

## *Code diversiteit*

Als vooruitstrevende publieke culturele instelling vinden we de naleving van deze code essentieel. We streven actief naar bewustwording en implementatie van een meer transversale en integrale manier van denken en werken. Volgens ons is aandacht voor nieuwe kunstvormen per definitie ruimte voor diversiteit.

Mediamatic is er voor iedereen, dat valt terug te zien in ons programma. Onze focus ligt op neuro- en biodiversiteit, maar we hebben ook aandacht voor inkomensongelijkheid, gender, seksualiteit, en culturele diversiteit. In het begin van de eeuw hadden we veel maatschappelijke projecten rondom culturele diversiteit, als El Hema, Noord en Gastarbeider Dating. Alhoewel deze thema's nog steeds goed worden vertegenwoordigd in ons programma, willen wij graag extra aandacht vestigen op neurodiversiteit, die volgens ons nog onderbelicht is.

We zorgen dat er bij de conceptontwikkeling van onze projecten diverse experts meekijken. Zo hebben we ons plan voor het 'autistic research' project, al met verschillende autistische makers doorgesproken alvorens we het concept opstelden. We vragen hiervoor mensen uit ons personeelsbestand of ons netwerk.

We zijn altijd op zoek naar verschillende verhalen en perspectieven en zijn ons bewust van onze eigen beperkte visie. Daarom stellen we ten doel altijd een divers bestel aan partners bij ons werk te betrekken.

Culturele identiteit, leeftijd, seksualiteit en gender zijn al goed vertegenwoordigd in ons publiek. De komende periode willen we onze faciliteit inrichten om een neurodiverser publiek te bedienen en zullen we doorgaan toegankelijk te blijven voor mensen met een lage cashflow. Dit doen we door gratis tours door de tentoonstellingen, installaties en labs aan te bieden op vrijdag en contant geld te blijven accepteren als betaalmiddel, zodat het mogelijk is voor ongedocumenteerden en voor mensen die onvoldoende geld op de rekening hebben, om ons te bezoeken. Daarnaast accepteren we de stadspas als toegangkaart en zijn we onderdeel van de culturele voedselbank. Armoede is een groot thema in Nederland en Amsterdam, dat niet vergeten moet worden.

Onze publiekvisie is als volgt: Bij Mediamatic kun je altijd en makkelijk binnenlopen en iets nieuws of experimenteels ervaren, ook als je persoonlijke situatie het je erg moeilijk maakt.

Bij de werving van personeel zien we diversiteit als een gegeven. We hebben doorgaans 15 stagiairs in dienst en deze stagiairs komen uit de hele wereld om hun eerste carrièrestappen te nemen. Toch is ondanks jarenlange inspanning ons kleine kernteam niet cultureel divers. We hebben moeite om diverse sollicitanten te werven. We gaan de platforms waar onze vacatures worden gedeeld en de toon van de vacatures stelselmatig evalueren.

Er is een vertrouwenspersoon in de organisatie om eventuele problemen bij aan te kaarten. Daarnaast hebben we duidelijke huisregels.

We zorgen dat medewerkers zich kunnen blijven ontwikkelen; onze Biotoop is niet alleen een werkomgeving, maar ook een leeromgeving. We stimuleren werknemers altijd om betrokken te zijn bij onze eigen leerprocessen en de leerprocessen die we aanbieden.

## *Code Cultural Governance*

Conform de Governance Code gingen we over van een bestuursmodel naar een raad van toezicht model. In deze raad van toezicht zitten: Hajo Doorn, Gitta Luiten, Toby Kiers, Farid Tabarki, Caroline Prisse en Jaap Schoufour. De taken van de raad van toezicht t.o.v. de directeuren en de stichting is duidelijk. Het tegengaan van belangenverstrengeling is statutair vastgelegd. De raad leeft de eisen na van de Governance Code Cultuur. De eisen van de Code worden binnen de raad bijgehouden en driejaarlijks geëvalueerd.

## *Fair Practice Code*

Mediamatic onderschrijft het belang van de Fair Practice Code. De principes waarop de code gebouwd is, zijn voor Mediamatic een leidraad. We voeren open en transparante gesprekken met externen over elkaars verwachtingen bij aanvang van een nieuwe samenwerking. De langdurige trajecten vragen om vertrouwen voor de best mogelijke uitkomst. Mediamatic streeft naar duurzame samenwerkingen, zowel met ons team als met externe partijen. Vrijwilligers zijn vaak meerdere jaren actief en stagiairs blijven geregeld in verschillende rollen betrokken bij Mediamatic.

Er zijn ook gebieden waar we nog veel kunnen leren. Zo merkten we dat we zijn onderbezet in de huidige periode, en zoeken naar manieren om de werkdruk van ons team te verlagen. Daarnaast nemen we ons door de fair practice code voor om opener en consequent te evalueren, zodat we in kaart kunnen brengen waar we extra aandacht aan moeten besteden.

Het honoreren van kunstenaars voor hun presentaties is de kern van onze financiële visie, en gebeurt goed. Dat is voor ons meteen het belangrijkste gegeven van de fair practice code: wij zullen er alles aan doen om kunstenaars goed te betalen voor hun werk, en ze op zo veel mogelijk manieren tegemoet te komen.

# *Evaluatie van de lopende periode 2017—2020*

Momenteel zijn biomaterialen, biodesign, duurzaamheid, natuur en verspilling belangrijke onderwerpen. We maakten eetbaar servies van schimmels, ontwierpen

cosmetica van vaginale vloeistoffen, bekritiseerde fast-fashion door de Biotoop aan te kleden met breisels van afgedankte fleecetruien en Pei-Ying Ling onderzocht de invloed van virussen op verschillende planten in *The Secret Life of Plants*.

Ons huidige programma bouwt voort op de lopende periode.

Toch is het ook radicaal anders: We leerden dat het niet meer genoeg is om alleen bezig te zijn met duurzame en circulaire ideeën. Want met hoeveel goede bedoelingen we ook ontwierpen met biomaterialen, is het nog maar de vraag of materialen de oplossing zijn voor onze uitdagingen op grote schaal. Daarom worden we deze periode kritischer. Vandaar onze interesse in het compromisloos koppige aspect van autisme. Deze interesse en inspiratie zal een radicale verandering teweegbrengen in onze programma benadering.

Ook onze zintuiglijke focus is een reactie op ons lopende programma.

We begonnen in 2017 met onze succesvolle Neo Futurist Dinners: gastronomische performances die eten, design en wetenschap samenbrengen in een multi-zintuiglijke ervaring. Voorbeelden van deze diners zijn DimensionAir, een diner waarbij het eten door de gangen heen van vorm en substantie verandert. En The Beauty Dinner, waar de relatie tussen gastronomie en de schoonheidsproducten in 8 gangen werd onderzocht.

Daarnaast ontwikkelden we Odorama, het lopende programma over geur en design, samen met Caro Verbeek, Frank Bloem en Sanne Groeneveld. We boden vanaf de start van het programma in 2016 zesendertig verschillende edities aan, variërend van *The smell of fear* tot *Smell/Memory/Dementia*. We openden het Aroma Lab om meer te kunnen werken met geur en huisvestten een zomer lang Art Olfaction Amsterdam in samenwerking met de IAO uit Los Angeles.

In de lopende periode staat geur centraal. We merkten in de praktijk dat de behoefte ontstond alle intieme zintuigen hierbij te betrekken: niet alleen geur, maar ook tast, smaak en proprioceptie.

Vanaf 2017 tot 2019 faciliteerden we meer dan 150 workshops in het verlengde van onze programmalijnen, dat is ruim boven het verwachte aantal. Het was daarom noodzakelijk om hier meer beleid over te formuleren. Het faciliteren van workshops is namelijk duur en arbeidsintensief. Om de werkdruk en de kosten te minimaliseren zijn we de afgelopen periode begonnen met het standaardiseren van het workshop-proces. Zo beperken we de organisatiekosten waardoor workshops vaker gegeven kunnen worden.

Ondanks een succesvol programma, met systematisch meer evenementen en meer publiek, is onze subsidie geslonken. We zouden gebaat zijn bij een groter kernteam, zodat we zijn uitgerust om de groei van Mediamatic bij te benen.

Voor alle andere mooie dingen die we deden deze periode, kijk hier:

[https://  
www.mediamatic.net/  
best](https://www.mediamatic.net/best)